

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Hingga saat ini, industri penyelenggaraan acara (*event*) mengalami kemajuan pesat karena banyak diminati dan memiliki peluang yang menjanjikan (Bisnis.com, 2019). Alasannya ialah karena industri baru ini memiliki konsep pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dan serupa dengan kegiatan yang dapat ditemukan di dalam sektor pariwisata (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2011, p. 2). *Special event* memberikan kesempatan rekreasi yang penting bagi masyarakat lokal. Di banyak destinasi, mereka membentuk komponen fundamental dalam strategi pengembangan pariwisata (Dwyer & Stephen, 2014).

Special event (*Sport event, festival, carnival*, konser dan sejenisnya), sebagai salah satu segmen dari industri *event*, dapat digambarkan sebagai kegiatan atau acara untuk mengumpulkan sekelompok orang dengan tujuan yang sama di suatu tempat (Fatkhurrohim, 2019). Di Indonesia, terdapat beberapa kegiatan *special event* yang kian digandrungi sehingga terus berkembang. Hal ini terlihat dari jumlah acara (*event*) seperti festival, baik dalam skala nasional maupun internasional, yang terus meningkat (Triwijanarko, 2017).

Keberagaman dari industri *event* juga memberikan peluang bagi organisasi maupun individu dari berbagai sektor atau industri lainnya untuk turut berpartisipasi ke dalam industri ini dalam menciptakan acara-acara yang bersifat menyenangkan atau menghibur untuk memperoleh keuntungan bagi banyak pihak. Dengan kata lain, manfaat sosial dari *event* ini sangat besar. Tidak hanya dalam hal kohesi sosial atau kemampuan orang untuk berkontribusi pada komunitas, namun juga dalam hal membangun hubungan yang baik serta positif dengan banyak pihak (*stakeholders*) (Shone & Parry, 2019, p. 69).

Berkaitan dengan manfaat *event*, yang juga memiliki *multipliers effect* atau efek berganda bagi para pembuatnya maupun pihak lain. Bahkan, jika ditinjau dari sudut pandang ekonomi, *event* atau kegiatan ini tidak hanya menguntungkan bagi pihak

yang mengadakan, namun juga pihak lain yang berpartisipasi atau berkontribusi. Bagi sebagian besar pelaku bisnis, industri ini juga merupakan sumber pendapatan yang menjanjikan (Desthiani & Suwandi, 2019, p. 9).

Special event memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir telah terjadi peningkatan substansial dalam jumlah dan jenis acara khusus (Getz & Page, 2016, p. 595). Pertumbuhan ini sebagian besar disebabkan oleh penekanan yang ditempatkan pada pembangunan ekonomi regional dan pemasaran destinasi oleh banyak pemerintah dan organisasi pemasaran pariwisata (Lundberg, Armbrecht, Andersson, & Getz, 2017, p. 18). *Special event* meningkatkan peluang pengeluaran baru di wilayah tuan rumah dengan menarik pengunjung ke wilayah tersebut. Mereka berpotensi merangsang kegiatan bisnis, menciptakan pendapatan dan pekerjaan dalam jangka pendek dan menghasilkan peningkatan kunjungan dan investasi terkait dalam jangka panjang (Page & Connell, 2020).

Berdasarkan data, Data Indonesia Event Industry Council (Ivendo) menyebutkan, kerugian yang muncul akibat pandemi Covid-19 berkisar Rp2,69 triliun hingga Rp6,94 triliun. Pasalnya, sekitar 96,43 persen acara di 17 provinsi harus ditunda, dan 84,20 persen lainnya dibatalkan (Koesno, 2020). Industri *event* juga tidak hanya berkontribusi dalam hal ekonomi, namun juga membantu penyerapan tenaga kerja hingga 104.000 orang per tahun 2019, di mana dalam setiap *event* terdapat kurang lebih 3.000 tenaga kerja yang berpartisipasi dalam mengeksekusi *event* tersebut (Tim Publikasi Katadata, 2021).

Pada mulanya, *special event* memiliki peluang dan perkembangan yang menjanjikan, hingga akhirnya terjadi pandemi COVID-19 di Indonesia pada awal tahun 2020. Meningkatnya jumlah kasus positif di Indonesia memberikan peluang kecil bagi pandemi untuk cepat berakhir pada saat itu, sehingga akhirnya pemerintah mengadakan kebijakan *social distancing* melalui Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Saputra, 2020). Di Indonesia, *social distancing* dilakukan berdasarkan kebijakan pemerintah di mana masyarakat Indonesia harus menjaga jarak fisik saat melakukan kegiatan apapun atau berkomunikasi sehari-harinya (Damayanti, 2020). Pada tahun 2021, diberlakukan kebijakan *social distancing*

kembali dengan sebutan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Bulan Juli 2021 (Setiaji, 2022).

Dengan diadakannya *social distancing*, maka pelaku bisnis di industri *event* tidak dapat mengadakan kegiatan atau acara. Salah satu alternatif yang ditawarkan untuk menanggulangi hal ini ialah mengadakan *event* atau acara secara *online*. Misalnya melalui YouTube, Instagram, Facebook, Zoom, dan lain sebagainya (Rahadian, 2020). Oleh karena kondisi selama pandemi COVID-19 sangat tidak stabil, maka seperti industri lainnya, industri ini juga terkena dampak pandemi COVID-19. Industri ini menjadi salah satu sektor yang mengalami penurunan signifikan, di mana kerugian yang terjadi mencapai Rp24,7 triliun sejak diberlakukannya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berlaku sejak Bulan Maret hingga Bulan Desember 2020 (Kompas, 2020).

Selain itu, terdapat juga 96,4% penundaan acara dan 84,8% pembatalan acara di 17 daerah, dengan estimasi kerugian 1.218 penyelenggara di seluruh Indonesia yaitu kurang lebih antara Rp2,7 hingga Rp6,9 triliun, serta memengaruhi total 90.000 tenaga kerja (Dyandra&co, 2021, p. 88). Dalam perekonomian nasional yang terintegrasi, sebagai akibat dari suatu acara, tenaga kerja akan mengalir ke daerah yang mengalami peningkatan permintaan sumber daya. Jadi, jika pasar sumber daya terintegrasi, acara tersebut akan menyebabkan dampak yang lebih besar pada kegiatan ekonomi di negara atau wilayah yang bersangkutan (Page & Connell, 2020, p. 36).

Salah satu bentuk kegiatan atau acara yang banyak digandrungi saat ini ialah festival musik, sehingga dapat dikatakan bahwa festival musik bukan merupakan hal yang baru di Indonesia. Hal ini terlihat dari sejak tahun 2015 sampai dengan tahun 2017, berbagai festival-festival musik telah diadakan oleh berbagai pihak. Mulai dari perusahaan, organisasi, bahkan sekolah atau universitas. Semenjak tahun 2015-2016 muncul beragam festival-festival musik yang digelar oleh korporasi ataupun organisasi yang lebih besar skalanya. Musik yang ditampilkan pun lebih beragam. Ingin mendengarkan musik jazz, ada gelaran *Java Jazz Festival* yang rutin diadakan tiap tahun. Mendengarkan *electronic dance music*(EDM) bisa mengunjungi *Djakarta Warehouse Project* (DWP) atau *Ultra Bali*. Ingin

melakukan *head banging* sembari menikmati aksi musisi metal papan atas, kita bisa berkunjung ke gelaran *Hammersonic*. Menikmati musik dengan beragam genre, bisa mengunjungi *Synchronize Fest* atau *We The Fest* (WTF) (Triwijanarko, 2017).

Seiring berjalannya waktu, *Synchronize Fest* terus berkolaborasi dengan banyak pihak. *Synchronize Fest* kini semakin eksis dengan mengundang lebih dari 100 performer nasional. Hal itu terbukti dengan beragam line-up musisi dari berbagai genre yang ada di Indonesia. Keberagaman ini tidak membuat minat pengunjung berkurang sedikitpun. Para pengunjung bahkan kini mempunyai banyak pilihan untuk menonton siapa dan dari genre apa saja. Dalam jangka panjang, *Synchronize Fest* berpotensi menjadi ajang musik terbesar di Indonesia, sekaligus memunculkan banyak musisi baru tanah air yang siap tampil di kancah global (Rinangga, 2021).

Dalam mengadakan suatu acara seperti festival musik, dibutuhkan manajemen sehingga acara tersebut dapat berjalan dengan lancar. Manajemen ini umumnya disebut dengan *event management*. *Event management* itu sendiri dapat didefinisikan sebagai pengorganisasian sebuah kegiatan yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien dan efektif (Muhajir, 2020, p. 12). Beberapa kegiatan dari *event management* meliputi perencanaan konsep sampai dengan pelaksanaan, hingga pengawasan juga termasuk. Berkaitan dengan *event management*, dibutuhkan kerja sama dan kegigihan dari sekumpulan orang yang memiliki visi atau tujuan yang sama guna menghasilkan sebuah acara yang sesuai dengan harapan penyelenggara (Kusuma, 2016, p. 4).

Event management juga tidak hanya bertanggung jawab untuk memobilisasi sekelompok orang, namun juga bertanggung jawab pula terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebelum *event* diselenggarakan. Misalnya seperti melakukan perencanaan, membuat desain kegiatan, melakukan koordinasi dan pengawasan. Dari penjelasan mengenai *event management* di atas, dapat dikatakan bahwa pada dasarnya, prinsip dari *event management* ialah bahwa ketika suatu *event* diorganisir, maka akan terjadi suatu perubahan (Goldblatt, 2013, p. 65).

Berkaitan dengan banyaknya *event* di Indonesia yang ditunda dan tidak dapat dilaksanakan secara *offline*, *Synchronize Fest 2021* juga merupakan salah satunya.

Maka dari itu, dibutuhkan *event management* yang inovatif agar tetap dapat melaksanakan acara. Synchronize Fest merupakan sebuah festival musik yang diselenggarakan setiap tahunnya di Indonesia. Festival musik ini menampilkan beragam penampilan musik multi-genre berskala nasional, seperti genre Pop, *R&B*, *Rock & Roll*, *Blues*, *Folk*, *Jazz*, *Punk*, bahkan Dangdut, di mana tujuannya ialah memberikan hiburan dan memenuhi kepuasan ribuan pengunjung secara *live* yang ingin menikmati musik. Synchronize Fest diadakan selama tiga hari, tiga malam, di lima panggung yang menampilkan pertunjukan musisi-musisi yang tengah digandrungi, paling populer, atau merupakan favorit dari masyarakat Tanah Air. Selain itu, beberapa kegiatan lain yang dapat dinikmati pengunjung adalah *Outdoor Cinema*, *Art & Merch Market*, *Records Fair*, dan juga *Food & Beverage (F&B) Festival* (Synchronize Fest, 2020).

Dari beberapa kegiatan Synchronize Fest yang telah disebutkan sebelumnya, dapat dikatakan bahwa festival musik ini menawarkan pengalaman nyata bagi para pengunjungnya sehingga dilakukan secara *offline* dan *live*. Berhubungan dengan pernyataan sebelumnya yang dikaitkan dengan pandemi COVID-19, maka pertunjukan musik Synchronize Fest, terutama yang ingin diadakan pada tahun 2021, harus ditunda dan nyaris dibatalkan. Menanggapi fenomena atau isu tersebut, panitia dari Synchronize Fest akhirnya menyasati hambatan tersebut dengan mengadakan Synchronize Fest 2021 secara *online* (daring) dan tetap mematuhi protokol kesehatan.

Synchronize Fest 2021 diadakan melalui media radio yang dapat diakses melalui kanal synchronizeradio.com. Strategi ini akhirnya menjadikan Synchronize Fest 2021 sebagai suatu acara yang unik karena belum pernah ada sebelumnya. Synchronize Fest 2021 ini tetap diadakan karena para panitia ingin menebus atau memenuhi kerinduan pecinta musik melalui cara yang berbeda (POP HARI INI, 2021). Selain itu, Aldila selaku *Communication Director* dari Synchronize Fest 2021, juga mengatakan bahwa "Karena festival ini, kita punya tanggung jawab hampir 8.000 orang yang memilih tidak *me-refund* uangnya dengan Synchronize di Radio. Perizinan 8.000 orang, pemerintah belum bisa membantu". Aldila juga menambahkan bahwa "Skala 8.000 itu besar sekali untuk ukuran pandemi saat ini.

Ini adalah usaha kita”. Maka Synchronize Fest 2021 akhirnya tetap diselenggarakan secara daring.

Synchronize Fest 2021 diadakan pada tanggal 11 Desember sampai dengan 13 Desember 2021 pukul 12.00 hingga 21.00 WIB, di mana dalam acara ini, terdapat banyak kolaborasi dan konsep acara unik yang ditampilkan yang belum pernah ada sebelumnya (POP HARI INI, 2021). *Press conference* Synchronize Fest 2021 itu sendiri diadakan secara *online* pada tanggal 8 Desember 2021. Di dalam *press conference* tersebut, Synchronize Fest memperkenalkan acaranya yaitu Synchronize Fest di Radio (SFDR) dengan *tagline* “Musik Indonesia Selamanya”. David Karto, *Festival Director* Synchronize Fest di Radio: Musik Indonesia Selamanya, pada saat *press conference* juga turut menjelaskan bahwa acara yang diselenggarakan ini bersifat *premiere* dan tidak dapat disaksikan ulang melalui *platform* atau kanal digital lainnya (Adriyanto, 2021).



Gambar 1.1 *Press Conference* Synchronize Fest 2021
Sumber: Youtube Synchronize Fest, 2021

Meskipun diadakan secara *online*, hal ini tidak menenggelamkan antusiasme para pecinta musik Indonesia. Pernyataan ini terbukti dari data evaluasi penyelenggara bahwa 70% pemegang tiket enggan mengadakan *refund* acara ini. Tidak hanya karena ingin menikmati musik, namun juga karena tiket tersebut masih akan berlaku ketika Synchronize Fest akhirnya dapat diadakan secara *offline* (Mario, 2021). Audiens juga sangat mendukung pengadaan Synchronize Fest 2021 dalam bentuk *virtual event* yang unik yakni radio (Karina, 2021).

Dengan adanya terobosan ini, maka hal tersebut menjadi ketertarikan tersendiri bagi audiens Synchronize Fest 2021. Maka dari itu, dalam penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai acara Synchronize Fest 2021 yang berfokus pada strategi *event management* di tengah-tengah pandemi COVID-19.

Dari penelitian yang dilakukan ini, poin penting yang akan peneliti teliti ialah mengenai strategi perencanaan yang dilakukan oleh pihak panitia Synchronize Fest 2021 guna memahami tahap *research*, *design*, hingga tahap *planning* yang dilakukan dan diterapkan. Dengan meneliti topik ini, peneliti berharap dapat menjadikan hasil temuan sebagai bahan evaluasi yang tepat perihal mengadakan *event* yang dinilai efektif dan mampu menarik *potential audience* atau *stakeholders*, serta konsumen. Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, maka peneliti mengadakan penelitian dengan judul “Strategi *Event Management* Synchronize Fest 2021 Selama Masa Pandemi COVID-19”.

1.2 Rumusan Masalah

Maraknya kegiatan *event* di Indonesia mendorong banyak pelaku bisnis melihat adanya peluang dalam industri tersebut. Pandemi COVID-19 telah menyebabkan perubahan perilaku masyarakat yang terfokus pada pertimbangan faktor-faktor yang berkaitan dengan kebersihan, keamanan dan kenyamanan. Guna menanggulangi masalah tersebut, industri ini memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai salah satu solusi untuk menyelamatkan industri ini, yaitu proses pemanfaatan teknologi digital dan informasi berakselerasi lebih cepat dari yang seharusnya. Dengan adanya inovasi ini, diperkirakan akan terjadi transisi dari *offline* ke *online* di dalam dunia *event*, atau kombinasi acara *online* dan *offline* (Febrinastri, 2020). Synchronize Fest 2021 juga mengadopsi pemanfaatan teknologi digital yang ada dengan merubah bentuk acaranya menjadi daring atau *online* (dalam jaringan). Seiring berkembangnya sektor *special event*, tingkat spesialisasi dan persyaratan teknis telah meningkat, karena ekspektasi yang lebih besar dari pihak penyelenggara dan peserta. Hal ini telah menyebabkan perkembangan pesat dalam layanan terkait acara. Oleh karena itu, menurut latar belakang tersebut rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah

strategi *event management* Synchronize Fest 2021 sehingga dapat tetap konsisten dan bertahan selama masa pandemi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Penulis menemukan beberapa pertanyaan dalam melakukan penelitian ini yang merupakan pokok pertanyaan dalam studi penelitian ini, yakni “bagaimana proses perencanaan acara Synchronize Fest 2021 selama pandemi COVID-19?”

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses perencanaan Synchronize Fest 2021 selama Pandemi COVID-19.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis dan ilmiah sebagai berikut :

1.5.1. Kegunaan Akademis

Hasil dari penelitian ini dapat memberi manfaat dan kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan komunikasi, kemudian bisa diaplikasikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian berikutnya. Selain itu, dapat menjadi bahan referensi untuk mengetahui bagaimana strategi *event management* dalam sebuah acara selama pandemi.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah menjadi acuan bagi penggiat *event* untuk menerapkan strategi *event management* yang efektif dan efisien selama pandemi guna meningkatkan hasil atau *output* acara.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Kegunaan sosial yang diharapkan dalam penelitian ini ialah dapat menjadi suatu wawasan bagi pihak *event organizer* lainnya yang ingin melakukan *event managing* sehingga dapat menganalisa situasi yang sedang terjadi dalam Synchronize Fest 2021 dan bagaimana cara untuk mengatasi isu yang mungkin sedang terjadi yang berkaitan dengan *event managing*.

1.5.4. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan data numerik, *unit numbers metrics* menjadi salah satu indikator yang dijadikan evaluasi setelah penyelenggaraan Synchronize Fest 2021. Data tersebut merupakan data yang konfidensial bagi penyelenggaraan Synchronize Fest 2021, sehingga peneliti memiliki keterbatasan dalam mengakses data tersebut.

1.5.5. Batasan Penelitian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang telah disebutkan di atas sehingga penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti kemudian, yaitu proses *event managing* dari pihak penyelenggara Synchronize Fest 2021 sebagai *event manager*.